

---

Mark BRIGGS, *Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile*

trad. et adapté de l'anglais par C. Robert, Paris, Eyrolles, 2014, 308 pages

Gilbert Toppé

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9465>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9465

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 31 décembre 2014

Pagination : 413-414

ISBN : 978-2-8143-0233-4

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Gilbert Toppé, « Mark BRIGGS, *Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile* », *Questions de communication* [En ligne], 26 | 2014, mis en ligne le 31 décembre 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9465> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9465>

---

Tous droits réservés

**Mark Briggs, Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile.**

Trad. et adapté de l'anglais par C. Robert, Paris, Eyrolles, 2014, 308 pages

L'ouvrage comporte onze chapitres, dont le premier consiste en une large introduction (pp. 2-8) aux systèmes de l'information numérique et à son vocabulaire. Les autres sont essentiellement des points de mise en pratique du journalisme web. Le volume est un livre-outil, un guide d'utilisateur, à l'attention des journalistes web, avec des schémas, des figures et des cas pratiques. C'est pourquoi, Mark Briggs commence par expliquer le fonctionnement du journalisme web : usage de l'internet qu'il qualifie de « réseau d'ordinateurs reliés entre eux qui partagent des informations » (p. 12) ; création de fichiers numériques ; connaissance de lexiques spécifiques : fichiers, serveurs, navigateurs, email, messagerie instantanée... L'auteur prévient que, désormais, pour réussir dans ce métier, les journalistes doivent « apprendre la compétence et la technologie. C'est la partie facile. Le plus dur est de reconnaître que vous faites partie d'un nouvel écosystème de l'information, à savoir le "futur" » (p. 3).

Mark Briggs soutient que le journalisme se reconfigure sous l'effet conjugué de la révolution numérique et de l'ère de la transformation (p. 4). Le livre démontre que l'internet est en train de bouleverser la pratique du journalisme partout dans le monde entier, car il introduit une nouvelle façon d'aborder le métier. En effet, le réseau internet, les sites web, les blogs, les forums et autres espaces de parole ouverts à tous sont en train de déséquilibrer une profession importante, voire primordiale, dans l'équilibre des pouvoirs des démocraties libérales, notamment aux États-Unis. Selon lui, le web est un média nouveau, un média du futur et, en tant que tel, il est différent des autres médias. L'auteur écrit : « Le monde est devenu mobile. Et le journalisme avec lui. Il y a encore quelques années, un journaliste qui voulait être paré à toute éventualité aurait rempli son sac avec un ordinateur portable, une clef 3G, un appareil photo numérique, un caméscope, un dictaphone, sans oublier bien sûr un téléphone portable. Aujourd'hui, ce même journaliste peut simplement mettre son téléphone dans sa poche » (p. 105).

Dans cette industrie en mutation perpétuelle depuis près d'une décennie sous l'emprise des technologies de l'information et de la communication ( TIC ), l'internet permet aux journalistes de partager des expériences, de dessiner des pistes pour s'adapter aux nouvelles contraintes et de profiter des nouveaux outils disponibles.

Mark Briggs écrit : « Le journalisme n'est pas la seule industrie prise dans la tourmente, mais je pense qu'elle est de celles qui ont de fortes chances de la traverser et d'en ressortir considérablement plus fortes » (p. 8). Voilà pourquoi, le « manuel » s'emploie à livrer l'essentiel du blogging (pp. 37-59), de la participation des lecteurs (*crowdsourcing*, pp. 61-82 ; du microblogging, pp. 83-104), du journalisme mobile (pp. 105-123), de la photographie (pp. 125-153), du *storytelling* visuel, de l'utilisation de séquences audio et vidéo (pp. 155-209), du datajournalisme (pp. 211-238), de l'actualité comme conversation (pp. 239-262) ou encore de la manière de développer une audience en ligne (pp. 2263-283). À l'issue de chaque chapitre, un acteur de l'information numérique aux États-Unis enrichit la thématique abordée en livrant ses opinions et expériences. L'ouvrage se clôt avec une série de liens utiles pour approfondir la matière abordée (pp. 285-286).

En quatrième de couverture, on lit : « Traduit du livre américain *Journalism next*, cet ouvrage s'appuie sur de nombreux exemples issus des médias us pour expliquer pourquoi et comment se lancer dans le journalisme web, qu'il s'agisse d'interagir avec les lecteurs sur les réseaux sociaux, d'enrichir ses articles avec des contenus multimédias (audio, vidéo, son, image...), de débiter des projets de datajournalisme, de passer à l'info mobile ou encore de comprendre les bases du HTML et des CSS. Destiné aux professionnels qui n'ont pas encore franchi le pas du numérique comme aux étudiants en journalisme, ce manuel exhaustif est l'outil idéal pour apprendre les bases du journalisme web et se familiariser avec les techniques et le jargon de ce domaine ».

L'objectif est de démontrer que les technologies numériques sont aujourd'hui la voie à suivre pour le journalisme, car elles permettent d'analyser, de partager, de synthétiser, d'organiser, d'agréger, de commenter et de diffuser l'information (p. 240). Par exemple, « des journalistes se servent de leur téléphone portable pour publier des tweets sur les lieux d'événements majeurs, de conférences, de rencontres sportives et bien plus encore. La limite de 140 caractères en fait un support particulièrement confortable » (p. 102). Mais l'auteur souligne aussi que ces nouveaux outils « ne pourront jamais remplacer un professionnel avisé et entreprenant » et surtout le papier qui reste un outil important, quand bien même l'audience du webjournalisme s'agrandit (p. 77). Il invite donc les professionnels à toujours être prêts à échouer et à recommencer, à s'exercer, à oser. Il concède que la tâche peut nécessiter une bonne dose de persévérance car ces modes de transmission de

l'information, d'aujourd'hui et du futur, ont une attitude plus expérimentale que les modes traditionnels du journalisme qui sont en perdition (p. 263).

Le journaliste web enrichit au quotidien le site pour lequel il travaille en contenus éditoriaux. Grâce à l'instantanéité permise par l'internet, il écrit et met à jour en temps réel des articles et des brèves. Il peut y intégrer différentes sources de clics telles des liens hypertextes, des vidéos, des images, du son... Il peut participer aux choix de la ligne éditoriale, à la rédaction de newsletters envoyées aux abonnés. L'auteur avertit que « faire du journalisme sans photo, c'est comme écrire des phrases sans verbe » (p. 126). Il faut aussi « veiller à ne pas créer d'images qui mentent ou trompent le lecteur » (p. 129). Le journaliste peut également réagir aux avis et commentaires laissés par les internautes sur le site où est publié l'article ou sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, il réalise une veille technologique sur des blogs et sites influents afin de proposer des sujets en fonction des besoins et interrogations des lecteurs. L'auteur qualifie cette pratique de conversation de l'actualité (p. 239).

Du point de vue rédactionnel, l'ouvrage est très technique puisqu'il s'adresse, exclusivement ou presque, aux étudiants en journalisme et aux journalistes en activité. Il intéresse aussi ceux qui souhaitent approfondir l'usage des nouvelles technologies dans le cadre de leur pratique. Cette étude argumentée s'appuie sur de nombreux exemples, des cas pratiques et des citations le lecteur pouvant s'appuyer sur ces nombreuses leçons pour confronter ses analyses à celles de l'auteur et en tirer de nouvelles perspectives de recherche ou même de pratique.

L'ouvrage est intéressant parce qu'il donne des outils de réflexion et même de travail au journaliste en général et au journaliste web en particulier pour que celui-ci soit en phase avec le monde d'aujourd'hui, dominé par la vitesse de l'information avec le développement du numérique. Dans ce contexte, il permet au lecteur de se remettre en cause chaque fois qu'il se rend compte qu'il n'est pas à jour par rapport à une technologie évoquée dans le texte. S'il ne se « considère pas comme un expert », mais comme quelqu'un qui a « la chance d'en connaître un certain nombre » (p. ix) car étant lui-même journaliste web, Mark Briggs a su traduire son expérience personnelle et même celle de plusieurs autres, dans ce domaine.

**Gilbert Toppé**

Université Alassane Ouattara, Bouaké, CIV  
toppe\_gilbert@yahoo.fr

**Renaud de la Brosse, Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation.**

Bruxelles, Bruylant, coll. Médias, sociétés et relations internationales, 2013, 392 pages

Clairement rédigé, l'ouvrage est structuré en deux parties comprenant chacune trois chapitres : « Régulation et démocratie » (pp. 29-171) et « Régulation et démocratie en Afrique subsaharienne » (pp. 173-365). Il décrit et analyse le paysage de la régulation des médias dans plusieurs pays en général et en Afrique subsaharienne en particulier. Par exemple, l'ouvrage explique que, en Afrique, après plus de 50 ans d'indépendance, marquées par le règne de partis uniques et de dictatures militaires, la plupart des pays africains sont engagés, depuis le début des années 90, dans des processus de démocratisation politique. Dans certains cas, comme en Côte d'Ivoire, il y a eu des crises politiques majeures, voire des rébellions (p. 198).

Selon Renaud de la Brosse, cette démocratisation s'est accompagnée d'une libéralisation entière ou partielle du paysage médiatique : des lois sur les médias ont vu le jour ou des lois existantes ont été réformées pour s'adapter au nouveau contexte politique. Cette ouverture du marché des médias a entraîné l'explosion de leur nombre, interviennent des acteurs divers, venant du secteur public et/ou du secteur privé. Pour chaque État, il est apparu nécessaire d'encadrer ces nouveaux flux. Ce contrôle qualifié de régulation est un concept juridique aux contours flous (p. 34).

Dans les pays autoritaires, les médias représentent un pan de l'appareil étatique, ce qui signifie que la régulation des médias s'apparente à l'autorisation de faire de la propagande médiatique pour atteindre des objectifs politiques (p. 67). Mais dans les pays d'inspiration libérale, la régulation des médias est vue comme un mécanisme qui presse le gouvernement et l'État pour que les médias soient au cœur de la démocratisation de la société (p. 17). À ce propos, Philippe Bourde soutient (2004, « Régulations et dérégulations libérales des médias audiovisuels », *Acrimed*, mai) qu'« il peut sembler pour le moins étrange que les premiers États à s'être dotés d'une loi à première vue restrictive de la liberté de communication soient des pays d'inspiration libérale. Pour autant, ce paradoxe n'est qu'apparent. L'idée de régulation est en fait assimilée à celle des libertés. Liberté d'obtenir une fréquence, liberté inscrite dans le droit de diffuser des programmes et dans celui de les recevoir ».

Dans le cas africain, la régulation intervient dans un contexte où beaucoup d'entreprises de presse ne sont pas économiquement viables, où les journalistes vivent